

Між продукцією на ринку завжди відбувається змагання за покупця. Тому конкурентна перевага товару – це характеристика, яка дає перевагу над конкурентами за якістю і (або) вартістю, та задовольняє потреби покупця. Також перевага товару може виражатися у вигляді будь-якого критерію конкурентоспроможності або через фактори: продукт унікальний за однією, або кількома властивостями, доступом до обмежених ресурсів, сировини, коли має особливу форму, зовнішній вигляд, обсяг, упаковку, спосіб доставки або продаж.

Щоб підприємство постійно було конкурентоспроможним, у нього повинні бути деякі внутрішні переваги над конкурентами, тому оцінку можна уявити в такому вигляді: конкурентоспроможність товару; фінансовий стан підприємства, ефективність маркетингової діяльності підприємства, рентабельність; імідж підприємства; ефективність менеджменту.

Сильне підприємство – сильний конкурент на ринку, але в умовах ринку не кожне підприємство може «вижити». Конкурентоспроможність підприємства – це ефективна господарська діяльність та її вигідна реалізація, яка приносить прибуток в умовах конкурентного ринку. Конкурентоспроможність підтримується на достатньому рівні тільки тоді, коли підприємство забезпечується всіма необхідними компонентами. Ефективна реалізація та виробництво товарів, які зможуть конкурувати на ринку, та послуги, які будуть надаватися на високому рівні – це узагальнений показник життєздатності підприємства, вміння ефективно використовувати свій виробничий, науково-технічний, трудовий, фінансовий потенціал.

## **ТЕРИТОРІАЛЬНА ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ**

***Бережна Т.М.***

*Науковий керівник – Полчанінова І.Л., канд. екон. наук, доцент*

Невід'ємною частиною сучасної системи цінностей стала турбота про здоров'я, підвищенні життєвої активності. Зростає число людей, що прагнуть підтримувати хорошу фізичну форму поряд з духовним збагаченням. З'явився навіть термін «туризм здоров'я», під яким розуміють всі пов'язані з оздоровленням типи туристських поїздок [1]. Основною метою прибуттів в рамках лікувально-оздоровчого туризму є лікування (медичний туризм), оздоровлення (туризм здоров'я), а також профілактика, попередження захворювань (велнес-туризм).

Мета роботи – є визначення особливостей територіальної організації та тенденції розвитку лікувально-оздоровчого туризму.

У світі широко відомі європейські центри лікувально-оздоровчого туризму [2]. З-поміж них, Чехія є лідером за кількістю іноземних туристів, що прибувають на курортно-санаторне лікування. Відома чеська здравниця Карлові Вари приймає медичних туристів з усіх п'яти континентів. На території Німеччини розташовано більше ніж 300 курортів (Баден-Баден, Вісбаден) які приймають понад 1 млн осіб з багатьох країн. Гірські і бальнеологічні курорти Австрії та Швейцарії також є головними європейськими центрами оздоровчого туризму. Відомі на весь світ курорти (Віши, Ев'ян), які спеціалізуються на лікуванні (запобіганні) захворювань опорно-рухового апарату, знаходяться у Франції. Деякі курорти (Кодалі, Бордо) пропонують енотерапію в якості лікування захворювань шкіри і кровоносної системи. Крім того, Франція володіє унікальними центрами реабілітації та оздоровлення (найчастіше для лікування психіатричних захворювань), розташованими в середньовічних замках, де безпосередньо ведеться терапія і проживають пацієнти. Не можна не помітити, що бурхливими темпами розвивається оздоровчий туризм в Польщі, Угорщині, Словаччині, Болгарії, Іспанії, Греції.

На американському континенті лідером оздоровчого туризму є США. Більшість північноамериканських курортів — бальнеологічні, є і кліматичні курорти, однак жителі США вважають за краще лікуватися і відпочивати на курортах Куби, Багамських островів і Центральної Америки.

Австралія володіє усіма природними ресурсами для оздоровчого туризму, але через віддаленість Зеленого континенту, його курортні готелі-центри, як і в США, орієнтовані на прийом «внутрішніх» туристів.

В Африці оздоровчий туризм став активно розвиватися не тільки за рахунок збільшення кількості туристів у вже відомих зонах відпочинку і оздоровлення (наприклад, в Єгипті), але і й в Тунісі, Марокко, Кенії, ПАР. Але все ж, традиційними місцями оздоровчого туризму залишаються Ізраїль (курорти Мертвого моря), Єгипет і Туреччина, з їх морськими кліматичними курортами.

Досить розвинена курортна інфраструктура є і в країнах СНД. Широко відомі курорти Трускавця, Закарпаття, Юрмалі (Латвія). Втім, через невідповідність рівня обслуговування високим міжнародним стандартам більшість цих курортів приваблює тільки жителів цих країн.

В останні 10 років, враховуючи потреби туристів, які слідкують за останніми тенденціями у розвитку оздоровчого туризму, цей напрямок стрімко розвивається в Індії і країнах Південно-Східної Азії (Сін-

гапур, Таїланд, Китай, Малайзія). Як правило, оздоровлення у новозбудованих найрозкішніших SPA-готелях і wellness-центрах включає і методи східної медицини, все більш затребувані серед прихильників здорового способу життя. На базі традиційних кліматичних, бальнеологічних і грязьових курортів з'явилися нові форми оздоровлення — SPA, wellness, fitness. У список послуг, що надаються сучасними санаторно-курортними закладами, часто включаються check-up-програми (профілактичного огляду) [3].

В результаті дослідження особливостей територіальної організації робимо висновок, що оздоровчий туризм є одним з найбільш перспективних напрямків в індустрії туризму. Основа його популярності в ХХІ столітті – перемога профілактичного напрямку в сучасній медицині, а також мода на здорове тіло і здоровий дух.

1. Старовойтенко О. А. Оздоровчий туризм / О. А. Старовойтенко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 6. – С. 152–156.

2. Мальська М. П. Лікувально-оздоровчий туризм. / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, Н. М. Паньків // Туризм у міжнародному і національному вимірах. Історія і сучасність: Монографія / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, Н. М. Паньків. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2008. – С. 191-210.

3. Рутинський М. Лікувально-оздоровчий туризм: актуальні цілі та сучасні підходи до організації / М. Рутинський, В. Петранівський // Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини. - 2012. – Вип. 29(1). – С. 179-189.

## **ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ**

***Богданова Ю.Г.***

*Науковий керівник – Полчанінова І.Л. канд. екон. наук, доцент*

Аналіз розвитку економічної ситуації на українському ринку та міжнародний досвід свідчать про стійкий характер посилення конкуренції в готельному бізнесі у великих містах [1]. Незважаючи на швидке введення в експлуатацію нових та реконструкції існуючих готелів, попит на якісні готельні послуги постійно зростає. У цих умовах істотно зростає роль управління готельними організаціями, яке повинне забезпечувати розвиток інфраструктури, високу ефективність функціонування, конкурентоспроможність та стабільне положення на ринку. Динамічність зміни зовнішнього середовища, ускладнення бізнес-процесів та зростаюча конкуренція на ринку готельних послуг вимагають від керівників готельних підприємств уміння бачити перспективи розвитку та прийняти стратегічні управлінські рішення, засновані на аналізі факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.